

Carmen COSTA SÁNCHEZ

La comunicación en el hospital. La gestión de la comunicación en el ámbito sanitario

Comunicación Social, Zamora, 2011, 177 pp.

El interés creciente que la gente manifiesta hacia los temas relativos a la salud, los retos logísticos y financieros a los que hacen frente los sistemas sanitario de los diferentes países, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información (especialmente Internet y la telemedicina) así como la adopción, por parte del usuario, de una actitud más activa en lo que a la gestión de su propia salud se refiere son algunos de los factores que determinan la comunicación institucional desarrollada por las organizaciones hospitalarias. La planificación y ejecución de acciones de comunicación corporativa representa un desafío para los hospitales debido a diferentes razones, entre las que destacan las connotaciones vitales y sociales del servicio médico ofrecido al paciente, la dificultad para divulgar conceptos científicos así como la aplicación de numerosas leyes relativas a la confidencialidad en el uso de la información médica. A pesar de todo, cada vez más instituciones hospitalarias, especialmente privadas, están apostando por la gestión profesional de la comunicación institucional como herramienta que les ayude a fijar un posicionamiento estratégico así como a mejorar la calidad del servicio médico ofrecido al paciente.

En este contexto tan complicado, Carmen Costa Sánchez ha publicado recientemente su libro sobre comunicación hospitalaria. El mérito más reseñable de esta obra es el deseo de ordenar todas las ideas relativas a un tema tan complejo como es el de la comunicación hospitalaria. Un segundo mérito es el estilo de redacción utilizado, el cual favorece la comprensión del contenido, independientemente de que el lector sea un experto en comunicación, un profesional de la salud, o un paciente. Este esfuerzo por respetar un enfoque pedagógico que resulte accesible al mayor número posible de lectores responde a una de las mayores necesidades que tienen las organizaciones hospitalarias: la necesidad de divulgación científica.

“La medicina y la comunicación se necesitan. Más que nunca. A todos los niveles”(p. 9). Con esta frase empieza la introducción del libro escrito por Carmen Costa. Esta frase resume bien el enfoque utilizado a lo largo de la obra: integración constructiva entre comunicación y medicina. A priori, puede parecer llamativo que se le conceda tanta importancia a dicha integración. Sin embargo, las dificultades con las que se encuentran los profesionales de la comunicación institucional que trabajan en hospitales constituyen, a menudo, una barrera a dicha integración. Y si dicha integración no existe, el profesional de la comunicación –así como el profesional sanitario- no puede ejercer bien su trabajo. Esta idea de integración está presente a lo largo de los cuatro apartados en los que se divide el libro: 1) el hospital que se comunica es un hospital feliz, 2) la comunicación externa del hospital, 3) la comunicación interna del hospital y 4) comunicación interpersonal. Comunicación con el usuario.

La estructura del libro resulta muy acertada ya que la autora realiza una evolución analítica e investigadora que parte de la realidad tangible del hospital y que termina con el tipo de comunicación más determinante para esta organización y que más se va a potenciar en los próximos años: la comunicación interpersonal. Dicho de otro modo, la autora ofrece un análisis histórico de la comunicación institucional hospitalaria. Una vez contextualizado el ámbito de la comunicación hospitalaria (capítulo 1), se analiza, en el capítulo 2, la comunicación externa (relaciones con los medios de comunicación, periodismo especializado en salud, páginas web, etc.); en el capítulo 3, la comunicación interna (políticas, canales, cultura y clima corporativos, etc.); y por último, en el capítulo 4, la comunicación interpersonal (comunicación no verbal, comunicación de malas noticias, etc.). El deseo de ordenar e integrar queda manifiesto con la estructura del libro, la cual pone en evidencia la necesidad de que la comunicación hospitalaria no sea considerada únicamente como una actividad realizada por el departamento de comunicación del hospital (comunicación interna y externa), sino como una labor profesional

que concierne a todos los empleados del hospital, especialmente los profesionales sanitarios (comunicación interpersonal).

Una de las ideas clave del libro escrito por la profesora de la Universidad da Coruña es la importancia creciente que debe tener la página web. La autora plantea esta pregunta “¿Por qué esta resistencia al aprovechamiento de las ventajas de las nuevas tecnologías de la comunicación?” (p.77). En efecto, son pocos los hospitales que realmente gestionen su página web de un modo eficiente, lo cual supone una desventaja tremenda para estas organizaciones. Las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, especialmente Internet, pueden ayudar a estas instituciones a mejorar sus relaciones comunicativas con sus principales stakeholders. Para ello, y siguiendo las informaciones aportadas por Carmen Costa, el hospital no debe limitarse a transmitir en su página web información específica (cartera de servicios del hospital, datos de actividad, etc.), sino que también puede difundir información general, como por ejemplo, los consejos de salud, lo cual puede ayudar al hospital a posicionarse como educador del ciudadano en temas sanitarios.

Una segunda idea interesante aportada por el libro es la de “concepción más amplia del usuario hospitalario” (p. 136). La autora considera que esta figura hace referencia al paciente, pero también el familiar, al tutor legal (en el caso de que el paciente sea un menor de edad) y al acompañante. Esta idea permite apreciar la complejidad de la asistencia hospitalaria, y la necesidad de que los responsables de dicha asistencia (personal médico y de enfermería) dispongan de buenas habilidades de observación y de comunicación interpersonal (verbal y no verbal) que les permitan satisfacer las necesidades médicas, sociales, emocionales y comunicativas del usuario hospitalario.

El único “pero” que se le puede poner al libro es la falta de referencias a un ámbito cada vez más determinante en la comunicación hospitalaria: la comunicación 2.0. Es cierto que la realidad geográfica inmediata de este libro es España, y que los hospitales de nuestro país, salvo algunas excepciones como por ejemplo el Hospital Sant Joan de Déu, todavía no tienen implantadas políticas de comunicación 2.0. Sin embargo, en otros países como Estados Unidos y Canadá, cada vez resulta más frecuente que los hospitales comuniquen a través de las redes sociales. Sin duda, esta línea de investigación puede resultar interesante para los próximos años ya que el usuario cada vez está más en internet, y el acceso a internet cada vez se hace más a través del teléfono móvil.

En cualquier caso, la obra de Carmen Costa constituye una referencia internacional en el ámbito de la comunicación institucional hospitalaria debido a la precisión científica, las numerosas referencias bibliográficas en las que se ha apoyado, y sobre todo la capacidad de la autora gallega para explicar de un modo tan claro un concepto tan complicado como es la comunicación hospitalaria.

Pablo MEDINA

pablomedina@hotmail.fr